

Стимулирование экспорта и экспортные барьеры

Небольшие открытые экономики имеют, как правило, высокую экспортную квоту в валовом внутреннем продукте страны. В Ирландии, например, она составляет свыше 80%, в Бельгии – 70%, в Нидерландах – 50%, в Швеции, Австрии, Норвегии, Финляндии, Швейцарии – около 40%. В Беларуси экспортная квота также значительна – более 60%.

Алексей ДАНИЛЬЧЕНКО,
доктор экономических наук БГУ

Людмила ПЕИРОВСКАЯ,
доктор экономических наук,
профессор НИЭИ Минэкономики РБ

Программы стимулирования экспорта в зарубежных странах включают в себя институциональные, информационные, консультационные и финансовые мероприятия государства по развитию национального экспорта и помощь предприятиям в проникновении на зарубежные рынки.

Тем не менее результаты исследований показывают, что не все предприятия знакомы с государственными программами поддержки экспорта. В ряде земель Германии «экспортный букварь» (брошюра об инструментах и возможностях стимулирования экспорта, подготовленная министерством промышленности федеральных земель) используют в своей внешнеэкономической деятельности не более 70% предприятий. Похожую ситуацию отмечают и американские исследователи – 44% промышленных и 80% ремесленных предприятий США, 58% торговых фирм не информированы о финансовой поддержке со стороны государственных органов в случае их участия в зарубежных ярмарках и выставках.

Еще более показательны следующие факты. В ФРГ в торгово-промышленных палатах вопросами экспорта зани-

маются специальные информационные и консультационные бюро, о деятельности которых осведомлены только 83,2% опрошенных предприятий, 60% отраслевых промышленных союзов, 62% заграничных торговых представительств. Еще меньше предприятий знает о возможностях финансирования экспорта, консультационном потенциале отраслевых предпринимательских союзов. Такой информацией располагают в большей степени крупные предприятия. Чем выше доля экспорта в объеме выпускаемой ими продукции, тем выше степень их информированности. Если экспортная квота составляет только 10%, то к внешнеэкономической деятельности на предприятии относятся как к второстепенной, ибо предприятие концентрирует усилия на внутреннем рынке. Если экспортная квота составляет около или свыше 50%, то становится доминирующим внешний рынок. Именно поэтому экспортоориентированные предприятия обладают более детальной информацией об экспортной среде и используют в своей деятельности программы стимулирования экспорта.

Несколько иная ситуация в Канаде. Результаты опроса 113 канадских предприятий показывают, что уровень знаний об экспортной активности зависит от степени интернационализации фирмы.

В то же время новые экспортеры, начавшие осваивать

зарубежные рынки последние пять лет, лучше информированы о канадских экспортных программах, которых там восемь.

Известно, на пути экспорта существует немало барьеров. Однако одни предприятия успешно экспортируют свою продукцию, а другие не добились ощутимого успеха. Какие факторы при этом выступают главными? В одном из опросов исследовалось влияние на экспорт факторов, связанных с продуктом экспорта, предприятием и организационными проблемами. Барьерами, связанными с продуктом, названы (по степени влияния) следующие: продукт подходит только для внутреннего рынка; высокие транспортные издержки; проблемы с выбором продуктов, пригодных по вкусу зарубежным потребителям. Специфическими барьерами для экспорта, обусловленными внутренними факторами самого предприятия, стали: недостаток знаний в области экспорта; сознательная стратегическая ориентация на внутренний рынок; сложность с выбором и созданием каналов сбыта; отсутствие квалифицированного персонала. По сложности организации и осуществления экспортных операций названы: отсутствие информации о зарубежных рынках; проблемы с заключением договоров; проблемы со сроками поставок в зарубежные страны; финансовые проблемы; неудачный опыт в осуществлении экспорта.

Большое число предприятий, имеющих конкурентоспособную продукцию, тем не менее не экспортируют ее. Для выяснения, почему они не идут на зарубежные рынки, был проведен опрос среди 547 австрийских предприятий. Среди

барьеров оказались низкий уровень цен на данный вид продукции за границей, высокая конкуренция и издержки, небольшая разница в прибыли у себя в стране и за рубежом, ненасыщенный внутренний рынок, слабая покупательная способность зарубежных потребителей, небольшой объем производства, недостаточные производственные мощности, трудности с установлением деловых контактов за рубежом.

Приведенные выше данные не включают всех факторов и причин, формирующих экспортные барьеры. В частности, они не учитывают отраслевую специфику предприятий. В США было проведено исследование 117 предприятий бумажной промышленности и выделено пять групп факторов, сдерживающих экспорт. Первая связана с государственной экспортной политикой, в частности с недостаточной правовой поддержкой, отсутствием налоговых льгот, коррумпированностью чиновников. Этим объяснили отсутствие интереса к выходу на зарубежные рынки 39% респондентов. Вторая - с различиями в употреблении продуктов на граничных рынках, языковыми и культурными различиями, высокими транспортными издержками связывают отказ от экспорта 53% респондентов. Третья группа факторов - недостаток знаний о зарубежных рынках, в частности о правовом регулировании в области импорта продукции. 35% предприятий назвали причиной невыхода на зарубежные рынки высокие импортные пошлины, а 24% объяснили это сильным на то время американским долларом, что делало экспорт изначально невыгодным. Это так называемые экзогенные экономические ограничения.

Однако такая картина характерна для бумажной промышленности. В металлургической отрасли доминируют

проблемы, связанные с заключением договоров. На предприятиях химической промышленности развитие экспорта тормозит недостаток квалифицированного персонала. Исходя из этого следует, что государственная программа, способствующая развитию экспорта, должна учитывать специфические, присущие только данной отрасли отношения.

Помимо принадлежности к отрасли, при анализе экспортных барьеров имеет значение размер предприятия. Работающие на экспорт имеют, как правило, большее число персонала и большие производственные мощности, чем действующие на внутреннем рынке.

Кроме этого, экспортные барьеры связаны со степенью интернационализации, которая определяется как «вовлечение в экспорт» и степень приспособления к нему управленческих структур. При этом степень интернационализации трактуется не только как доля экспорта в объеме производства (экспортная квота), но и как готовность к осуществлению экспорта. Предприятия, настроенные на экспорт, легче справляются с экспортными барьерами.

Если рассматривать государственную поддержку экспортного стимулирования в зарубежных странах, то у многих участников внешней торговли сложилось неоднозначное отношение к такой поддержке. Так, в одном из исследований 97% опрошенных немецких предприятий не особенно хорошо отзывались о позиции государства, касающейся поддержки граничных сделок.

Американские эксперты считают неэффективным стремление своего правительства стимулировать экспортную экономику, говорят о массовых жалобах предприятий на небрежную политику государства по поддержке экспорта. Однако около 56% менеджеров американских предприятий в облас-

ти бумажной промышленности заявляют, что недостаток государственной поддержки не играет никакой существенной роли. Похоже, удовлетворение той или иной поддержкой экспортной политики в немалой степени зависит от того, пользовались ли предприятия какими-либо ее программами, в частности информационными, консультационными. Скептически относясь к комплексу мер по экспортному стимулированию, многие из них поддерживают проведение ярмарок за границей. Более 90% немецких экспертов в области внешней торговли считают участие в зарубежных ярмарках особенно важным для освоения и поддержания своего положения на зарубежных рынках. Этой позиции придерживаются и предприятия, которые самостоятельно и персонально не могут участвовать в зарубежных ярмарках, но получают косвенный эффект от участия в них через организаторов.

Положительный опыт в области стимулирования экспорта накоплен во многих государствах. По ряду причин нашим субъектам хозяйствования должен быть интересен опыт Республики Корея, в которой созданы зоны свободной торговли (ЗСТ). Их существование и функционирование определяется Законом о создании зон свободной торговли от 14 августа 2001 г., полностью заменившим действовавший ранее Закон о создании свободных экспортных зон.

На территории РК действуют три зоны свободной торговли: Кунсан (1234 предприятия), Масан (793 предприятия) и Дебул (1158 предприятий). Основное производственное направление деятельности ЗСТ Кунсан - автомобилестроение, машиностроение, а также обработка грузов и другие сферы обслуживания; Дебул - автомобилестроение, машиностроение и металлообработка; Ма-

сан - производство электротехнической и электронной продукции, средств связи и оптических инструментов,

Вопрос создания зоны свободной торговли решается министерством торговли, промышленности и энергетики РК по представлению мэра соответствующего города центрального административного подчинения или губернатора провинции.

Получить разрешение на открытие офиса в ЗСТ могут, в первую очередь, иностранные или корейские компании с участием иностранных инвестиций, занимающиеся производственной и логистической деятельностью, направленной на экспорт или экспортно-импортную оптовую торговлю.

В случае если корейская компания с участием иностранного капитала берет в аренду земельный участок, находящийся в собственности государства, максимальный срок аренды не должен превышать 50 лет.

В ЗСТ все компании освобождены от уплаты налогов на сырье, импортируемое оборудование. В соответствии с законодательством иностранные компании, расположенные в ЗСТ, инвестировавшие 10 млн. долл. и более в производственную сферу или 5 млн. долл. и более в развитие логистических центров, освобождаются от подоходного и корпоративного налогов на семь лет, либо до получения первой прибыли. Затем на последующие три года они получают скидку в 50% этих налогов. Такие же льготы действуют и в отношении местных налогов (100-процентное освобождение от налога на приобретение недвижимости, на регистрацию в течение первых пяти лет и 50-процентная скидка в последующие три года). В течение трех лет импортируемые товары полностью освобождаются от уплаты НДС и акцизов, а также от уплаты таможенных пошлин.

Лица, действующие в таких зонах, полностью освобождаются от уплаты всех форм транспортных налогов.

Что касается поддержки экспорта, то официально правительство РК не субсидирует деятельность экспортеров, что не исключает возможности предоставления субсидий в скрытой форме. Министерство торговли США провело расследование относительно импортируемых в страну электронных полупроводниковых чипов корейского производства (январь 2001 - июнь 2002 гг.) и пришло к заключению, что в случае продукции производства компании Hynix уровень полученных субсидий составил 57,37%. Для продукции компании Samsung Electronics эта цифра составила 0,16%. Американская сторона обосновывает свой вывод тем, что в процессе реструктуризации компании Hynix в 2001 - 2002 гг. правительство оказывало ей финансовую поддержку.

В свою очередь, министерство иностранных дел и внешней торговли РК официально заявило, что в указанный период правительство РК не оказывало никаких субсидий компании Hynix, а все решения по проведению реструктуризации компании принимались ее кредиторами на основе рыночных принципов, без какого-либо давления со стороны правительственных кругов. Европейский союз также заявил о введении в отношении продукции компании Hynix компенсационных пошлин в 33%.

В Корее создана и эффективно функционирует система стимулирования и поддержки национального экспорта, становление которой происходило постепенно, по мере развития национальной экономики. В настоящее время в стране действует несколько правительственных организаций по оказанию государственной поддержки национальным предприятиям-экспортерам и гражданам страны.

Первой организацией, призванной содействовать развитию внешней торговли, стало Корейское агентство содействия торговле и инвестициям (КОТРА), которое было создано в 1964 г. и ведет свою деятельность в соответствии с положениями Закона о Корейском агентстве содействия торговле и инвестициям. В состав КОТРА входит более 80 зарубежных представительств, которые имеют правовой статус экономических отделов посольств в странах - основных торговых партнерах Кореи. Например, представительство в Москве распространяет свою деятельность на страны СНГ, включая Беларусь. В его задачи входит сбор информации о состоянии экономики России и других стран, оказание помощи в установлении прямых контактов между деловыми кругами, предоставление корейским экспортерам консультационных и переводческих услуг, организация ознакомительных поездок представителей потенциальных фирм-импортеров в Корею, подготовка и проведение посещений страны пребывания представителями бизнеса. Агентство имеет собственную электронную базу данных о южнокорейских и многих зарубежных предприятиях. В целом оно специализируется на информационных и консультационных услугах, но не оказывает финансовой помощи корейским экспортерам.

В этом отношении более реальный вклад в развитие внешней торговли вносит Экспортно-импортный банк Республики Корея, начавший свою деятельность с 1969 г. и имеющий представительства во многих странах мира. Его основными функциями являются:

» - выделение кредитов юридическим и физическим лицам Республики Корея под экспортные поставки за рубеж продукции, имеющей существенную долю в национальном экспорте

и обеспечивающей поступление иностранной валюты в экономику страны;

- выделение кредитов для продажи корейских технологий за рубеж (включая проведение строительных работ за рубежом);

- выделение кредитов иностранным правительствам, включая их разнообразные правительственные структуры, для закупки экспортной продукции корейских предприятий;

- выделение кредитов гражданам Республики Корея с целью установки ими за рубежом производственного оборудования и обеспечения его функционирования.

Кредиты предоставляются на более выгодных условиях, чем в коммерческих банках, ибо он является государственным учреждением, не ставит задачу получения прибыли и выдает кредиты в случае высоких предпринимательских и прочих рисков, когда коммерческие банки не идут на это.

Кроме того, кредитованием национальных производителей и экспортеров занимается Корейский национальный инвестиционный фонд, созданный в 1973 г. в соответствии с Законом о национальном инвестиционном фонде. Одной из его задач является предоставление льготных кредитов приоритетным отраслям промышленности, имеющим потенциал для увеличения объемов экспорта. Страхованием экспортных сделок занимается специально созданная в 1992 г. Корейская корпорация страхования экспорта в соответствии с положениями Закона об экспортном страховании. Ее главная цель заключается в содействии развитию экспорта и других видов деловой зарубежной активности южнокорейских компаний путем принятия на себя части политических и предпринимательских рисков. Корпорация также является некоммерческой организацией, находящейся под прямым контролем ми-

нистра торговли, промышленности и энергетики, а поэтому все ее обязательства полностью гарантируются правительством. Деятельность корпорации финансируется из созданного для этих целей Фонда экспортного страхования, порядок финансирования которого определяется Национальным собранием Республики Корея. В настоящее время стоимость активов корпорации оценивается на уровне 1,5 млрд. долл.

Корпорация осуществляет мониторинг экономической и политической ситуации в различных странах. Каждой стране по его результатам присваивается одна из семи степеней риска, в соответствии с которыми определяются условия страхования экспортных сделок. Помимо этого, корпорация через четыре представительства за рубежом и с помощью 45 кредитных агентств из 33 стран оказывает предприятиям-экспортерам платные услуги по проверке финансового состояния и благонадежности реальных и потенциальных зарубежных партнеров.

Корпорацией страхуются краткосрочные (срок платежа до двух лет), средне- и долгосрочные (срок платежа более двух лет) риски корейских предприятий-экспортеров. Данные риски могут возникнуть в связи с возможными политико-экономическими переменами в стране - торговом партнере, невыполнением фирмой-импортером своих обязательств, резким изменением мировых цен на экспортируемую продукцию, в результате значительных колебаний валютных курсов, различных процентных ставок и т.д.

Поддержка национальных производителей и экспортеров осуществляется и на уровне региональных органов власти. В составе администраций каждой из девяти корейских провинций существуют комитеты по поддержке местного бизнеса и развитию международных связей.

Эти комитеты как самостоятельно, так и совместно с представителями вышеперечисленных правительственных организаций регулярно организуют презентации местной промышленности, на которые приглашаются представители потенциальных зарубежных покупателей, а также оказывают прочие виды помощи проникновению местных бизнесменов на рынки зарубежных стран. Деятельность правительства Кореи по оказанию государственной поддержки национальным производителям и экспортерам и по защите внутреннего рынка носит планомерный характер. При этом правительственные органы сотрудничают и с общественными организациями, такими как Корейская ассоциация международной торговли, Федерация корейских промышленников, объединения национальных отраслей промышленности.

Стимулированию экспорта содействует выставочная деятельность. В качестве наглядного примера можно привести Convention Exhibition Center, который является крупнейшим выставочным, торговым и гостиничным комплексом Кореи. Это современный, имеющий передовую инфраструктуру центр, позволяющий проводить одновременно до 10 крупных международных выставок, семинаров, конференций, размещать экспозиции на общей площади 40 тыс. кв.м.

Таким образом, в Республике Корея действуют наиболее типичные для стимулирования экспорта организации, которые создавались и функционируют на основе конкретных законов, а южнокорейские предприятия, благодаря согласованным действиям на внешних рынках с государственными органами, добиваются высоких конкурентных позиций. При этом доля экспорта в ВВП страны неуклонно растет и в 2005 г. составила, к примеру, 32,1%, что в абсолютных цифрах - 258,9 млрд. долл. **III**